

Департамент освіти і науки
Сумської обласної державної адміністрації
КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
СУМСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ
(КЗ СОІППО)

СХВАЛЕНО

Вченою радою КЗ СОІППО

Протокол № 6 від 30.04.2026

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ КЗ СОІППО

від 13.05.2026 № 143-09
Ректор Юрій ШКІТІН



ПРОГРАМА
предметного тесту з управління та адміністрування
фахового вступного випробування для вступу на навчання
для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D3 Менеджмент
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
освітньо-професійної програми
«Менеджмент і адміністрування»

Розглянуто на засіданні кафедри
педагогіки, спеціальної освіти та
менеджменту

Протокол № 10 від 24.04.2026 року

Суми – 2026

ЗМІСТ

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.

II. ЗМІСТ ПРОГРАМНОГО МАТЕРІАЛУ ДЛЯ ВСТУПУ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D3 МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ».

III. СТРУКТУРА ОЦІНКИ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ.

IV. ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ.

V. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ.

VI. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДКРИТОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ ПІД ПРИЙОМУ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ.

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма вступного випробування для абітурієнтів, які вступають на навчання для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності D3 Менеджмент, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, освітньо-професійної програми «Менеджмент і адміністрування» розроблена відповідно до Державного стандарту вищої освіти України спеціальності 073 Менеджмент для другого (магістерського) рівня вищої освіти та наказу МОН № 157 від 11 лютого 2022 р. «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування».

Організація та проведення вступного випробування відбувається у порядку визначеному в «Положенні про приймальну комісію Комунального закладу Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти» від 19.05.2020 р.

Мета вступного випробування – відбір претендентів на конкурсній основі до навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти осіб, які продемонстрували високий рівень загальних та спеціальних компетентностей в предметній області спеціальності D3 «Менеджмент», а саме парадигм, законів, закономірностей, принципів, історичних передумов розвитку менеджменту; концепцій системного, ситуаційного, адаптивного, антикризового, інноваційного, проєктного менеджменту; функцій, методів, технологій та управлінських рішень у менеджменті тощо.

Програма фахових вступних випробувань – це перелік основних питань, які складають його зміст. Програма має міжпредметний (інтегрований) характер з охопленням ключових аспектів предметної області спеціальності D3 «Менеджмент» у розрізі таких тематичних модулів:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Підприємництво.

Порядок проведення вступного випробування визначається «Правилами прийому на навчання для здобуття вищої освіти у Комунальному закладі Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти у 2026 році».

Форма вступного випробування: вступне випробування проводиться у формі тестування.

Вступне випробування проводиться у письмовій формі, що забезпечує високий рівень об'єктивності оцінювання, а також сприяє логічності мислення, цілеспрямованості та зосередженості вступників на глибокому зануренні в сутність питань, обдумуванні варіантів вирішення та формулювання відповідей.

В пакет комплексного фахового вступного випробування входять тестові завдання закритої форми, які містять дві компоненти:

- а) запитальну (змістовну) частину;
- б) варіанти відповідей.

Кожному вступнику пропонується 40 закритих тестових питань. Відповідь на кожне тестове завдання передбачає вибір лише однієї правильної відповіді. Відповіді, що містять виправлення або декілька варіантів відповідей, у тому числі, якщо одна з них правильна, не зараховуються. Максимальна

кількість балів, яку може отримати абітурієнт – 200 балів, мінімальна – 100. Після оцінювання бали підсумовуються.

Під час проведення вступного випробування не допускається користування електронними приладами, підручниками, навчальними посібниками та іншими матеріалами, якщо це не передбачено рішенням Приймальної комісії.

У разі використання вступником під час вступного випробування сторонніх джерел інформації (у тому числі підказки) він відсторонюється від участі у випробуваннях, про що складається акт.

Вступники, які не з'явились на вступне випробування без поважних причин у зазначений за розкладом час, до участі у подальших іспитах і конкурсі не допускаються.

**II. ЗМІСТ ПРОГРАМНОГО МАТЕРІАЛУ
ДЛЯ ВСТУПУ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО
(МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ D3 МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТНЬО-
ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ»**

МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Мета: формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

Предмет: загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління організацією; управлінські відносини.

1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Сутність категорій «управління» та «менеджмент». Управлінські відносини як предмет менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління. Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки. Спільне та відмінне між менеджером та підприємцем. Рівні управління, групи менеджерів. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Існуючі парадигми менеджменту. Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід; моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування.

2. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Закони та закономірності менеджменту: закон відповідності систем цілям; закон відповідності організації системи зовнішньому середовищу; закон інтеграції управління; закон економії часу; закон інерції систем; закон еластичності систем; закон безперервного удосконалення систем. Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації. Класифікація принципів менеджменту. Принципи цілеспрямованості. Принцип ієрархічності. Принцип динамічної рівноваги. Принцип економічності управління. Принцип урахування інтересів. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

3. Історія розвитку менеджменту. Історія розвитку управлінської думки у світі та в Україні. Передумови виникнення науки управління. Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична (адміністративна) школа управління; школа людських відносин; школа поведінських наук; емпірична школа, школа «соціальних систем», нова школа. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід. Вклад у розвиток управлінської науки зарубіжних та вітчизняних вчених. Розвиток управлінської науки в Україні. Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

4. Організації як суб'єкт управління. Поняття організації. Ознаки організації. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних. Різновиди організацій: органістичні та механістичні, прості та складні, формальні та неформальні. Загальні риси організацій: ресурсний, вертикальний та горизонтальний поділ праці, залежність від зовнішнього оточення, об'єктивність управління, структуризація. Організація як відкрита динамічна система: керуюча та керована підсистеми. Ефект синергії. Модель організації як відкритої системи: параметри «входу», процес перетворення, параметри «виходу». Зовнішнє середовище організації: фактори прямої та непрямої дії. Загальні характеристики зовнішнього середовища: об'єктивність, взаємозв'язок факторів, складність, динамічність, невизначеність. Оцінка факторів зовнішнього середовища. Еволюція організації. Концепції життєвого циклу організації. Культура організації. Типи організації в Україні.

5. Функції та технологія менеджменту. Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретних і загальних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цілевизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, мінливість, стійкість.

6. Планування як загальна функція менеджменту. Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування: визначення місій та цілей; оцінка сильних і слабких сторін організації; розроблення стратегії. Базові стратегії. Оперативне планування на засадах застосування адміністративних та економічних важелів. Тактика, політика, процедури, правила. Загальна характеристика бізнес-планування. Поняття місії в управлінні та класифікація цілей організації. Ієрархічна підпорядкованість, субординація цілей організації. Традиційний процес постановки цілей. Концепція управління за цілями.

7. Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту. Сутність організаційної діяльності та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності. Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризація управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаменталізація. Взаємодія та взаємовплив структур організації. Сутність організаційної структури управління та її роль в досягненні мети. Елементи структури. Види організаційних структур управління. Лінійні та функціональні організаційні структури управління. Комбіновані організаційні структури управління. Єдиноначальність: поняття, сутність. Централізація і

децентралізація. Принципи побудови організаційних структур управління. Фактори, які впливають на формування організаційної структури. Критерії оцінки організаційної структури управління. Методи вибору організаційної структури управління. Проектування організаційних структур управління. Формування структурних елементів.

8. Мотивування як загальна функція менеджменту. Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Співставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

9. Контролювання як загальна функція менеджменту. Поняття контролю та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок при контролі. Види управлінського контролю.

10. Методи менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

11. Управлінські рішення. Сутність управлінських рішень. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень.

12. Інформація і комунікації в менеджменті. Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, які пред'являються до інформації. Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні перевантаження.

13. Керівництво та лідерство. Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примушення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керівництва та континууму стилів керівництва. Характеристика та класифікація стилів керівництва. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Особливості національних систем керівництва. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

14. Відповідальність та етика у менеджменті. Сутність відповідальності та етики у менеджменті. Зміст юридичної відповідальності: дотримання конкретних державних законодавчих актів, інструкцій, норм тощо. Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Перевага та недоліки соціальної відповідальності. Сутність та значення соціальної поведінки. Етична поведінка як сукупність вчинків та дій людей. Причини неетичної поведінки. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки.

Список рекомендованої літератури

- 1 Анісімова Л.А., Жилінська О.І. Менеджмент: *практикум*. Видання друге. Навч. посіб. К.: 2018. 237 с.
- 2 Баєвої О.В., Новальської Н.І. Менеджмент і адміністрування: навч. посібник. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. 326 с.
- 3 Гордієнко Л.Ю. Адміністративний менеджмент: *навчальний посібник*. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 216 с.
- 4 Довгань Л.Є., Малик І.П., Мохонько Г.А., Шкробот М.В. Менеджмент організації. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 271 с. UIU:http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%D0%9C%D0%9E_2017.pdf
- 5 Дубілет Д. Менеджмент без бюрократії: ефективні рішення для сучасного бізнесу. Київ: Моноліт-Bizz, 2020. 180 с.
- 6 Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. Менеджмент. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 336 с.
- 7 Комарова К. В., Коляда С. П. Лідерство: *навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. Дніпро: 2017. 430 с.
- 8 Кошеленко К. Менеджмент у часи війни: лідерство, ефективність та життєстійкість. Київ: Helion, 2024. 306 с.
- 9 Кравченко В. О. Основи менеджменту: *Навчальний посібник*. Одеса: Атлант, 2018. 211 с.
- 10 Кузьмін О. Є. Менеджмент: навч. посіб. Кузьмін О. Є., Мала Н. Т., Мельник О. Г., Саніна О. Р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 240 с.
- 11 Мазаракі А. А., Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків: Фоліо, 2020. 846 с.
- 12 Макаренко І. І. Конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент». Макаренко І. І. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 82 с. 10. Менеджмент: навч. посіб. Бардась А. В., Бойченко М. В., Дудник А. В.: Національний гірничий університет, 2017. 381 с.
- 13 Мінцберг Г. Менеджмент: природа і структура організацій. Київ: Наш формат, 2018. 512 с
- 14 Пекар В. Різнокольоровий менеджмент: еволюція мислення, лідерства та управління. Київ: KM Books, 2016. 240 с.
- 15 Скачкова І.А., Можевенко Т.Ю., Адміністративний менеджмент: навч. посіб. Харків: Над. Аерокосм. ун-т ім. М.Є.Жуковського «Харківський авіаційний університет», 2018. 56 с.
- 16 Соболев С.М., Багацький В.М. Менеджмент: Навч. посібник для самот. вивч. дисц. К.: ХНЕУ, 2005. 226 с.

17 Сухарський В.С. Менеджмент: теорія, методологія, практика. Монографія. Тернопіль: Астон, 2017. 416 с.

18 Федулова Л. І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні: підручник. К.: Фенікс, 2005. 240 с.

19 Шевченко В.С. Конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент та адміністрування (Менеджмент)» (для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент та слухачів другої вищої освіти» за спеціальністю 7.03060101 «Менеджмент і адміністрування (за видами економічної діяльності)»). Харків: ХНУМГ ім. О. М.Бекетова, 2016. 104 с.

20 Юрик Н.С. Історія менеджменту: Курс лекцій. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2015. 114 с.

МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ

Мета: формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Предмет: процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

1. Основи маркетингу та маркетингові дослідження. Маркетинг та його роль у господарській діяльності фірми Концептуальний підхід до розуміння маркетингу. Функціональний підхід до розуміння маркетингу. Товарний підхід до розуміння маркетингу. Системно-поведінковий підхід до розуміння маркетингу. Система входу і виходу. Система влади. Система комунікації. Система до адаптації до внутрішніх і зовнішніх умов. Інституційний підхід до розуміння маркетингу. Національний підхід до розуміння маркетингу. Управлінський підхід до розуміння маркетингу. Предмет маркетингу. Об'єкт маркетингу. Потреби. Піраміда потреб А. Маслоу. Теорія потреб Меррея. Теорія потреб МакКлелланда. Теорія потреб Герцберга. Цінності. Теорія цінностей Рокича. Функціональні цінності. Соціальні цінності. Емоційні цінності. Епістемічні цінності. Умовні цінності. Система споживчої цінності товару. Система споживчої цінності постачальника. Бажання. Попит. Види попиту. Товар. Класифікація товару. Послуги. Особливості послуг. Вартість. Задоволення Обмін. Ринок. Принципи маркетингу. Завдання маркетингу. Функції маркетингу. Свобода вибору. Напрявленість на споживачів. Спрямованість на прибуток. Активна політика. Науковий підхід до розв'язання маркетингових проблем. Комплексність дій. Гнучкість у досягненні поставлених цілей. Наявність інфраструктури та фахівців. Стратегічні завдання маркетингу. Тактичні завдання маркетингу. Продуктовий маркетинг. Маркетинг споживача. Змішаний маркетинг. Споживчий маркетинг. Промисловий маркетинг. Посередницький маркетинг. Стратегічний, тактичний та оперативний маркетинг. Масовий маркетинг. Глобальний маркетинг. Диференційований маркетинг. Індивідуальний маркетинг. Конверсійний маркетинг. Стимулювальний маркетинг. Маркетинг персоналу. Міжнародний маркетинг. Концепція удосконалення виробництва. Концепція удосконалення товару. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль. Концепція маркетингу. Концепція соціально-етичного маркетингу.

2. Маркетинг у системі підприємницької діяльності. Зміст поняття підприємництва. Історія виникнення поняття «підприємництво». Ознаки підприємництва. Фази розвитку підприємництва та роль маркетингу. Процес формування ідеї розвитку підприємництва. Циклічність розвитку підприємництва. Роль маркетингу на різних етапах розвитку підприємництва. Місце маркетингу в системі підприємництва. Відмінності між маркетингом як інструментом підприємницької діяльності та маркетингом як філософією ведення бізнесу. Організація маркетингу на підприємстві. Ранжування стратегічних завдань. Права та обов'язки підприємців. Характеристики сучасного міжнародного бізнесу. Державне регулювання маркетингової підприємницької діяльності. Суть і мета державного регулювання. Функції та основні напрями державного регулювання підприємницької діяльності.

3. Маркетингове планування, організація і контроль. Мета, завдання та види планування. Суть маркетингового планування. Завдання та принципи планування. Оперативне планування. Поняття бізнесплану. Типи оперативного планування. Особливості розробки оперативних планів. Стратегічне планування. Передумови стратегічного планування. Організація стратегічного планування. Моделі стратегічного планування. Процес стратегічного планування. Проблеми розробки маркетингового плану та його якості. Товарно-ринкова стратегія ринкових можливостей фірм. Організація управління маркетинговими заходами. Суть управління маркетингом. Види організаційних структур маркетингу. Системи маркетингової інтеграції. Функціональна структура служби маркетингу. Товарна структура служби маркетингу. Ринкова структура служби маркетингу. Географічна організація служби маркетингу. Різновиди матричних структур служби маркетингу. Системи маркетингової інтеграції. Маркетинговий контроль. Мета маркетингового контролю. Стадії та види маркетингового контролю. Форми маркетингового контролю. Поняття маркетингового аудиту.

4. Теорія маркетингових досліджень. Маркетингові інформація. Класифікація маркетингової інформації. Переваги і недоліки первинної і вторинної інформації. Опитування. Способи опитування. Переваги та недоліки різних видів опитування. Спостереження. Переваги та недоліки спостереження. Експеримент. Імітація. Джерела маркетингової інформації. Процес збору та інтерпретації маркетингової інформації. Критерії оцінки поінформованості. Маркетингова інформаційна система. Система внутрішньої звітності. Система маркетингового спостереження. Система маркетингового дослідження. Система аналізу маркетингової інформації. Маркетингові дослідження. Роль маркетингових досліджень. Мета маркетингових досліджень. Предмет маркетингових досліджень. Об'єкт маркетингових досліджень. Принципи маркетингових досліджень. Завдання маркетингових досліджень. Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Пілотні дослідження. Панельні дослідження. Метод фокус-груп. Ділові контакти. Переваги та недоліки різних видів маркетингових досліджень. Етапи процесу маркетингових досліджень. Ринкове сегментування. Прогноз збуту. Вивчення поведінки споживачів. Моделі поведінки споживачів. Варіанти процесу прийняття рішень про купівлю. Культурні чинники. Особистісні чинники. Соціальні чинники. Психологічні чинники.

5. Дослідження маркетингового середовища. Маркетингове середовище. Макросередовище. Мікросередовище. Постачальники. Посередники. Клієнти. Конкуренти. Контактні аудиторії. Демографічне середовище. Технологічне середовище. Економічне середовище. Політико-правове середовище. Соціально-культурне середовище. Природне середовище. Показники аналізу конкурентного середовища. Основні тенденції світового та вітчизняного демографічного середовища. Аналіз головних тенденцій технологічного макросередовища. Основні права споживачів.

6. Маркетинг послуг. Суть послуг та їхнє місце в сучасній економіці. Поняття сфери послуг. Причини зростання сфери послуг. Типи послуг. Характеристики послуг. Невідчутність послуги. Невіддільність послуги. Мінливість якості послуги. Нездатність до збереження послуги. Роль маркетингу в розвитку сфери послуг. Управління маркетингом послуг. Конкуренція на ринку послуг. Сервіс та гарантійне обслуговування. Поняття сервісу та його форми. Функції та принципи організації сервісу.

7. Ціни в механізмі ринкової економіки Теоретичні засади ринкового ціноутворення. Основні теорії ціни. Особливості ринкових цін. Функції ринкових цін. Адміністративні ціни. Концепції цінової еластичності. Роль інформації в механізмі ціноутворення. Ціноутворення на товарних ринках. Поняття цінової та нецінової конкуренції. Ціноутворення на різних ринках (загальний підхід). Ціноутворення на ринку досконалої конкуренції. Ціноутворення в умовах монопольного ринку. Концепція маркетингового ціноутворення. Сприйняття ціни споживачами. Поняття «справедливої ціни». Сприйняття ціни продавцями або співвідношення ціна-прибуток. Концепція співвідношення ціни й якості.

8. Маркетингова логістика у сфері розподілу. Маркетингова логістика як інструмент системи розподілу. Логістика та її цілі. Історія поняття. Основні поняття логістики. Розподільча логістика. Логістичний ланцюг руху товарно-матеріальних потоків. Логістичний ланцюг і матеріальний потік. Закупівля та опрацювання замовлень. Формування товарних запасів та управління ними. Упаковка в логістичному ланцюгу. Транспортування. Складування.

9. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Роль та значення реклами. Суть реклами. Роль реклами, її функції та принципи. Соціально-етичні аспекти рекламної діяльності. Види реклами. Класифікаційні ознаки реклами. Товарно-комерційна реклама. Соціальна реклама. Політична реклама. Суб'єкти рекламної діяльності. Замовник реклами. Рекламні агентства. Засоби масової інформації. Рекламні посередники. Цільові споживачі. Механізм організації рекламування. Рекламні дослідження. Визначення мети реклами. Затвердження бюджету. Розробка стратегії реклами. Оцінка ефективності рекламної діяльності. Реклама на етапах споживчої готовності покупця.

Список рекомендованої літератури

- 1 Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. *Навч. посіб.* К: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
- 2 Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: *Навч. посіб.* К.: Знання, 2011. 495 с.

- 3 Ватаманюк З., Панчишин С. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка. Київ: Альтернативи, 2020. 421 с.
- 4 Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: *Навч. - метод. посібник* для самот. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2000. 100 с.
- 5 Гірченко Т. Д., Дубовик О. В. Маркетинг: *Навчальний посібник*. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 255 с.
- 6 Липчук В. В. та ін. Маркетинг: основи теорії та практики: *Навч. посібник*. Львів: Новий світ 2000; Магнолія плюс. 2003. 288 с.
- 7 Маркетинг: *Навч. посіб.* 2-ге вид., перероб. і доп. Рекомендовано МОН / Петруня Ю. Є. К., 2010. 351 с.
- 8 Маркетинг: Підручник. Затверджено МОН / Турченко М. О., Швець М. Д. К., 2011. 318 с.
- 9 Милованов Т. Економіка та управління державою в умовах реформ. Київ: KSE Press, 2021. 280 с.
- 10 Моделювання процесів в економіці та управлінні проектами з використанням нових інформаційних технологій: монографія / за заг. ред В.О. Тимофєєва, І.В. Чумаченко. Х: ХНУРЕ, 2015. 245 с.
- 11 Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: *Навч. - метод. посібник для самот. вивч. дисц.* К.: КНЕУ, 2001. 106 с.
- 12 Парсяк В. Н., Рогов В. К. Маркетингові дослідження: *Навчальний посібник*. Херсон: Олді-плюс, 2004. 200 с.
- 13 Примак Т. О. Маркетинг: *Навч. посіб.* К.: МАУП, 2004. 228 с.
- 14 Телетов О. С. Маркетинг у промисловості: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 248 с.

МОДУЛЬ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Мета: формування системи базових знань щодо підприємницької діяльності, розуміння концептуальних засад функціонування підприємств різних форм власності, набуття логічного підприємницького мислення для самостійних початкових дій у бізнесі, регулювання цього процесу з урахуванням чинного законодавства України.

Предмет: методологія та організація підприємницької діяльності.

1. Підприємництво як вид господарювання. Історія розвитку теорії підприємництва Роль підприємництва в суспільстві. Засади підприємницької діяльності в Україні. Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва. Державне регулювання підприємництва. Захист прав підприємців та споживачів. Обмеження підприємницької діяльності. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності.

2. Галузі та види господарської діяльності. Види господарської діяльності та їх класифікація. Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність. Торговельне підприємництво. Міна (бартер) у сфері господарювання. Комерційне посередництво (агентська діяльність). Фінансове підприємництво. Підприємницька діяльність у сфері послуг.

3. Підприємницьке середовище. Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища. Інфраструктура підприємництва.

Функції і модель підприємництва. Правова база підприємництва. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні.

4. Види підприємств та організаційно-правові форми підприємництва. Підприємство як організаційна форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств. Підприємства колективної власності. Особливості і а види кооперативів. Державні та змішані підприємства. Підприємства з іноземними інвестиціями. Мале підприємництво. Організаційно-правові форми підприємництва. Одноособове володіння. Види господарських товариств. Особливості акціонерних товариств.

5. Організація підприємництва. Технологія створення власної справи. Формування початкового капіталу. Оцінка майна. Найменування та торговельна марка підприємства. Зміст установчих документів та їх підготовка. Державна реєстрація підприємницької діяльності. Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація суб'єкта господарювання. Реструктуризація підприємства. Типові помилки при заснуванні власної справи.

6. Менеджмент у підприємництві. Сутність менеджменту. Система підприємницького управління. Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності. Організація маркетингу. Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування. Зовнішньоекономічна діяльність. Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства. Стратегічні помилки в управлінні бізнесом. Помилки в організації фінансової діяльності. Помилки у керівництві поточною діяльністю підприємства. Непередбачені обставини.

7. Поняття та складові бізнес-культури. Основні положення бізнес-культури. Культура підприємства і культура поведінки: визначення та основні елементи. Традиційні та сучасні цінності організації. Порівняння адміністративної та підприємницької культури.

8. Культура як чинник формування методів підприємницького менеджменту. Концептуальна основа та класифікація методів підприємницького менеджменту. Критерії аналітичного оцінювання та порівняльна оцінка цих методів. Роль та місце культури в підприємницькому менеджменті. Місце і роль організаційної культури в антикризовому управлінні підприємством. Організаційна культура та стратегічна стійкість бізнесу: шляхи капіталізації «людського потенціалу».

9. Психологія та мотивація підприємницької діяльності. Необхідність активізації соціально-психологічних методів у системі підприємницького менеджменту. Мотивація підприємницької діяльності. Риси характеру підприємця. Здатність підприємця до ризику. Культура та етика підприємницької діяльності.

10. Етика ділових відносин та професійна етика в підприємництві. Поняття етики та моралі. Етична ділова поведінка та процес її формування. Причини розширення неетичної практики ведення справ. Ділова та професійна етика. Етичні нормативи. Навчання відповідальності та етичної поведінки в підприємництві.

Список рекомендованої літератури

- 1 Боднарчук І.Б., Савка Т.М. Способи мотивації працівників на підприємстві. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=42163>.
- 2 Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. К. : Т-во «Знання»; КОО, 2003. 302 с.
- 3 Данченко О. Б., Занора В. О. Проектний менеджмент: управління ризиками та змінами в процесах прийняття управлінських рішень: *монографія*. Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2019. 278 с.
- 4 Лазоренко Т.В., Голуб М.О. Економічні аспекти застосування сучасних концепцій менеджменту на вітчизняних підприємствах. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 1 (18). С. 139-143.
- 5 Лазур П. Ю. Державне регулювання малого і середнього підприємництва Львів: Новий Світ, 2006. 400 с.
- 6 Ляпіна К. Державне управління та розвиток підприємництва. Київ: НАДУ, 2019. 312 с.
- 7 Мазур А. Корпоративна культура та розвиток команд. Львів: Видавництво Старого Лева, 2021. 224 с.
- 8 Маматова Т. В., Молоканова В. М., Чикаренко І. А., Чикаренко О. О. Управління проектами: *навчальний посібник*. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2018.128 с.
- 9 Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
- 10 Романенко О.О. Стратегічна платформа розвитку підприємства: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. 371 с.
- 11 Чумаченко І.В., Морозов В.В., Доценко Н.В., Чередниченко А.М. Управління проектами: процеси планування проектних дій: підручник. Київ: КРОК, 2014. 673 с.
- 12 Федорів А. Бізнес і креатив: нові підходи до управління брендами. Київ: Fedoriv Publishing, 2021. 200 с.
- 13 Фідкевич О. HR-менеджмент: сучасні практики управління персоналом. Київ: Основа, 2022. 256 с.
- 14 Шеремета П. Лідерство і управління: сучасні підходи до розвитку організацій. Київ: Києво-Могилянська бізнес-школа, 2018. 220 с.

III. СТРУКТУРА ОЦІНКИ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Кожен варіант тестового завдання містить 18 питань першого модулю (розділу) Менеджмент, 10 питань другого модулю (розділу) Маркетинг, 12 питань третього модулю (розділу) Підприємництво. Перелік питань складається за темами із модулів (розділів), зазначених у п. II цієї програми.

Кількість варіантів відповідей - 4

Правильних відповідей - 1

Узагальнена структура оцінки

№ з/п	Найменування модулю (розділу)	Кількість питань	Кількість балів
1	Менеджмент	18	90
2	Маркетинг	10	50
3	Підприємництво	12	60

Критерії оцінювання

Оцінювання в Комунальному закладі Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти проводиться в очному форматі. Оцінка знань абітурієнтів з комплексного фахового вступного екзамену здійснюється за 200-х бальною системою.

Фаховий іспит здійснюється у формі письмового тестування. Кожному вступнику пропонується 40 закритих тестових питань. Відповідь на кожне тестове завдання передбачає вибір лише однієї правильної відповіді. Відповіді, що містять виправлення або декілька варіантів відповідей, у тому числі, якщо одна з них правильна, не зараховуються.

Максимальна кількість балів, яку може отримати абітурієнт – 200 балів, мінімальна – 100. Після оцінювання бали підсумовуються.

Оцінювання результатів тестових завдань відбувається за такими загальними критеріями:

- 1) рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою;
- 2) серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну;
- 3) кожна правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 5 балів, а неправильна – у 0 балів;
- 4) якщо вступник отримав менше 100 балів, то він вважається таким, що не склав вступне випробування.

Час відведений на вступне випробування складає 2 години.

IV. ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ

Процедура оцінювання підготовленості вступників передбачає:

1. Підготовчий етап:

- Визначаються дата, час, формат (очний або дистанційний) проведення.
- Інформування вступників про умови проведення.

2. Ідентифікація вступників:

- Перед початком іспиту перевіряються документи (паспорт, запрошення).
- При дистанційному форматі - додатково проводиться відеоідентифікація.
- Здійснюється шифрування листів тестових випробувань.

3. Проведення іспиту:

- Оцінювання проводиться у вигляді вступного іспиту.
- Форма іспиту - **тестування** (письмове).

Під час іспиту:

- вступники виконують завдання у фіксований регламентом час;
- дотримуються академічної доброчесності;
- забороняється користування сторонніми матеріалами (якщо це не передбачено умовами).

4. Завершення роботи:

- Письмові роботи здаються комісії або завантажуються в систему.

5. Перевірка та оцінювання:

- Екзаменаційна комісія перевіряє роботи відповідно до критеріїв оцінювання.
- Виставляються бали відповідно шкали оцінювання (від 100–200 балів).

6. Оформлення результатів:

- Результати фіксуються у листі тестових випробувань та аркуші результатів вступних випробувань.
- Затверджуються рішенням Приймальної комісії та фіксується у протоколі засідання Приймальної комісії.

7. Оприлюднення результатів:

- Результати іспиту оприлюднюються на сайті закладу або в електронному кабінеті вступника.

8. Апеляційна процедура:

- Вступник може подати апеляцію у встановлені строки.
- У разі надходження заяви робота переглядається апеляційною комісією.

V. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Кожен вступник під час складання співбесіди повинен дотримуватися моральних норм, правил етичної поведінки та принципів академічної доброчесності, а саме:

- самостійно виконувати завдання;
- не принижувати будь-яким чином гідність інших вступників, учасників освітнього процесу, запобігати таким діям з боку інших осіб;
- дотримуватися правил ділового етикету в поведінці та норм культури спілкування у комунікації зі вступниками, здобувачами вищої освіти, викладачами та співробітниками;
- не використовувати телефон або гаджети під час проведення вступного випробування;
- не використовувати службові або родинні зв'язки для отримання нечесної переваги.

VI. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДКРИТОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ ПІД ПРИЙОМУ НА НАВЧАННЯ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

КЗ СОІППО забезпечує зберігання знеособлених письмових робіт фахового іспиту на вебсайті Інституту у відкритому доступі протягом одного року у вигляді активних інтернет-посилань.